

ViewSonic

LIBÉREZ LES COULEURS



CONSTAT DE L'EXISTANT

LA MARQUE

ViewSonic®



90'



2006



2018

CONSTAT DE L'EXISTANT LA DA



Times New Roman

- Vivacité
- Esprit communautaire
- Adaptabilité
- Créativité

LES "FINCHS"



CONSTAT DE L'EXISTANT

PART DE MARCHÉ EN FRANCE

- 20% de part de marché en France
- Concurrence forte

BenQ



LG



NEBULA



CONSTAT DE L'EXISTANT

CIBLES IDENTIFIÉES

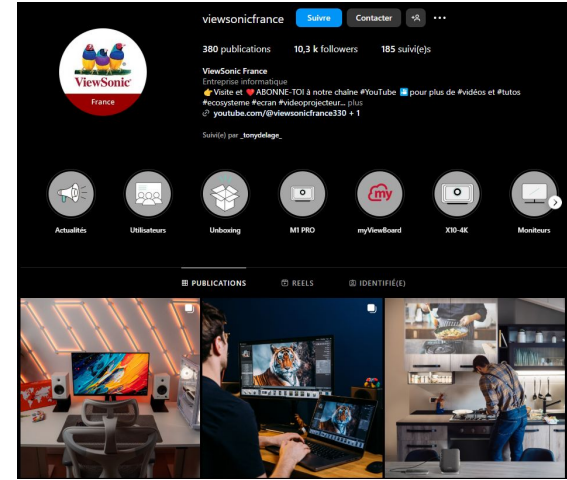
- 20 - 35 ans
- Familles
- Professionnel



CONSTAT DE L'EXISTANT

COMMUNICATION ACTUELLE

- Réseaux sociaux
- Site web



CONSTAT DE L'EXISTANT

PROBLÉMATIQUES & OBJECTIFS IDENTIFIÉS

Problématique marketing

Image de marque

Cible de nos produits

Nouvelle communication numérique

L'univers graphique



SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

DIRECTION ARTISTIQUE

- Garder l'âme de l'ancien logo pour le moderniser et le simplifier
- Garder les couleurs
- Changer les polices



ViewSonic®

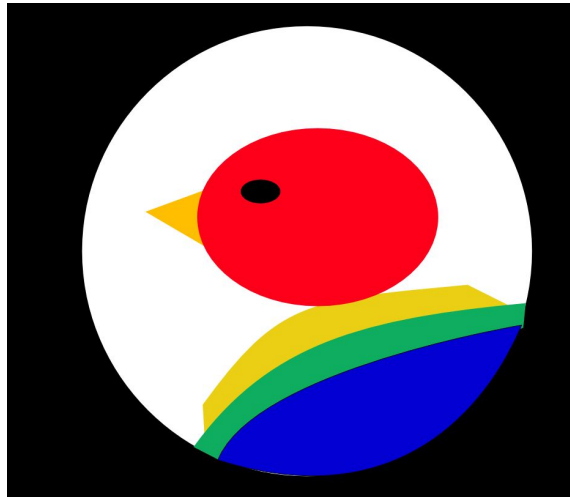


ViewSonic®
See the difference.®

SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

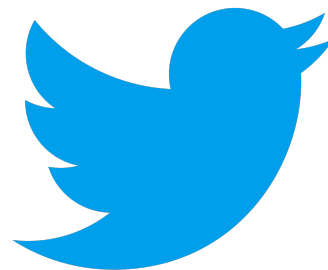
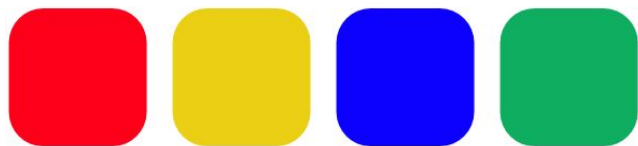
DIRECTION ARTISTIQUE (HUGO)

- Logo simple, mémorable



SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

DIRECTION ARTISTIQUE (HUGO)



SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

DIRECTION ARTISTIQUE (DAVID)

- Reproduction de la forme
- Déclinaison de la mascotte
- Nouvelle police



Poppins / Roboto

SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

DIRECTION ARTISTIQUE (ROMAIN)

Formes organiques, typographie unique différencieraient ViewSonic, jouer avec le vide

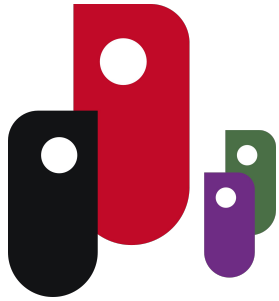


EAT•N



SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

DIRECTION ARTISTIQUE (ROMAIN)



ViewSonic®



SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

DIRECTION ARTISTIQUE (TONY)

- Design moderne, couleurs vives, formes technologiques.



View Sonic

SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

DIRECTION ARTISTIQUE (TONY)

- Design moderne, couleurs vives, formes technologiques.

**View
Sonic**



ViewSonic



SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

DIRECTION ARTISTIQUE : CHEMINEMENT

ViewSonic

ViewSonic

ViewSonic

View
Sonic

View
Sonic



SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

DIRECTION ARTISTIQUE : POINT FINAL.

ViewSonic

**LIBÉREZ LES
COULEURS**



SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

CHARTRE GRAPHIQUE

LE LOGO ET LA/LES MASCOTTE(S)

ViewSonic



DÉCLINAISONS COLORIMÉTRIQUES



ZONE D'EXCLUSION



LA TYPOGRAPHIE

ViewSonic

Coolvetica
Aa Aa

Coolvetica
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789 !@#\$%^&*~
Poppins - Regular 420
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789 !@#\$%^&*~
Poppins - Medium 500
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789 !@#\$%^&*~
Poppins - Semibold 620
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789 !@#\$%^&*~

LA GAMME CHROMATIQUE

ViewSonic



LES INTERDITS

ViewSonic

View

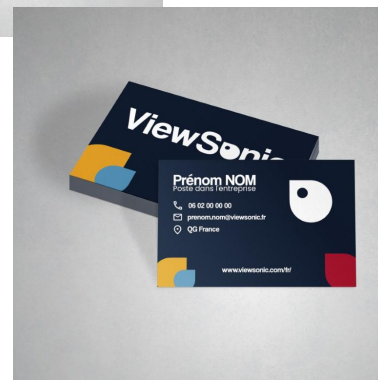


ViewSonic
View Sonic



SUPPORTS CRÉÉS

MOCKUPS



POSITIONNEMENT DE LA CAMPAGNE

VALEURS

- Le ViewSonic M1, portable et polyvalent.



POSITIONNEMENT DE LA CAMPAGNE

CIBLE

- 18 à 35 ans, de tout genre
- Les technophiles, les familles, les professionnels
- Abordables pour tous

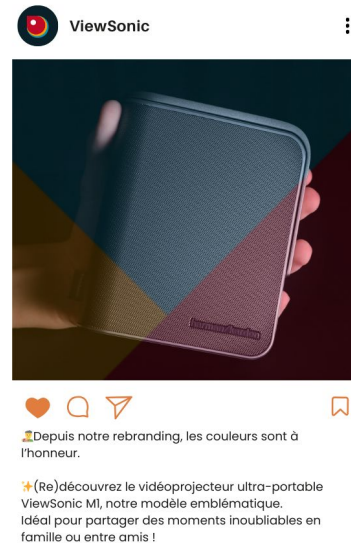


SUPPORTS CRÉÉS

AFFICHES



SUPPORTS CRÉÉS POSTS INSTAGRAM



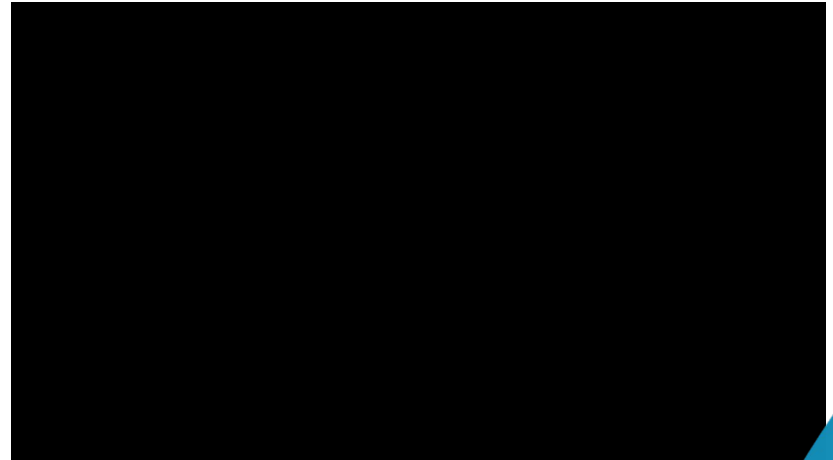
SUPPORTS CRÉÉS

Motion design



ViewSonic®
See the difference.®

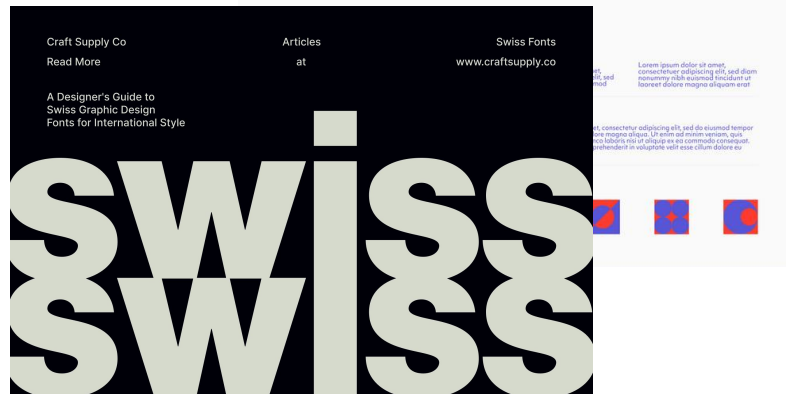
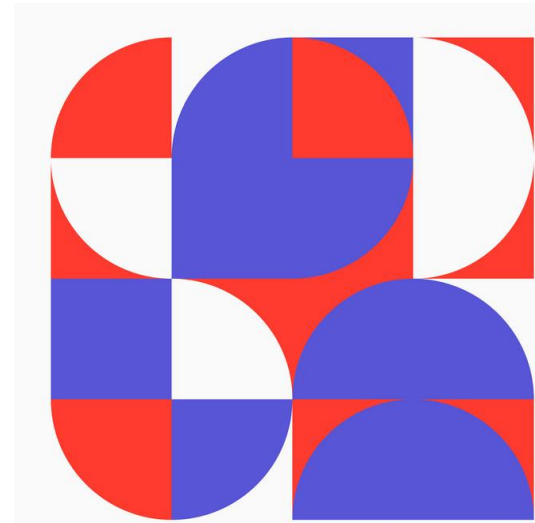
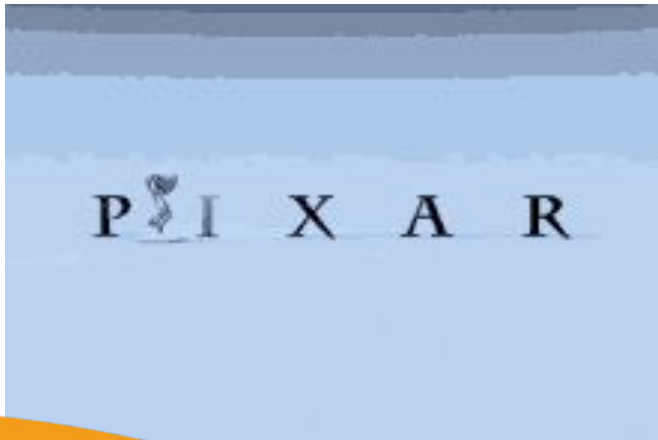
ViewSonic



SUPPORTS CRÉÉS

SOURCES D'INSPIRATIONS

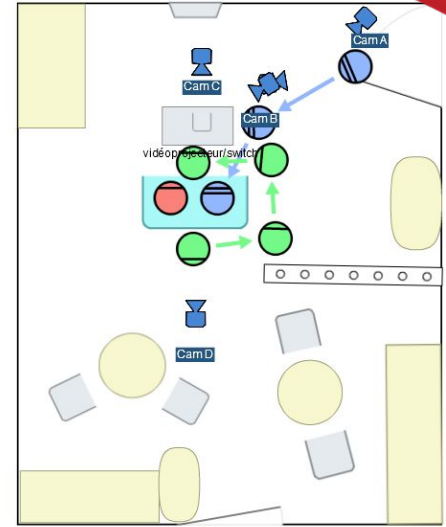
- Swiss art design
- Lampe Pixar



SUPPORTS CRÉÉS

EXPLAINER VIDEO

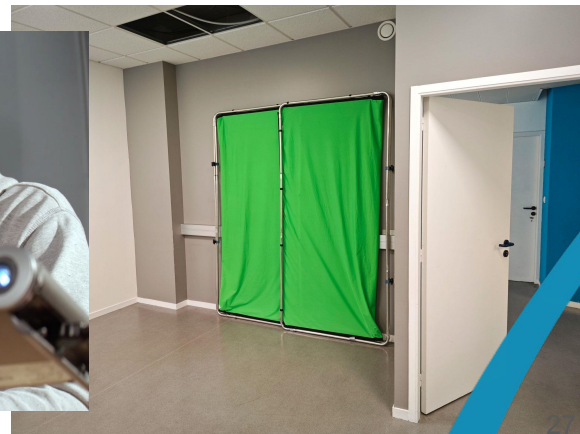
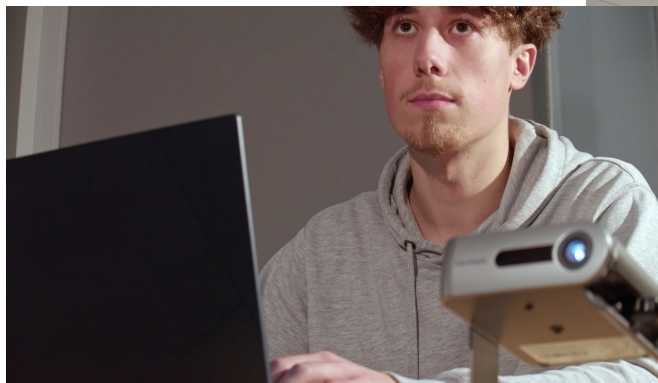
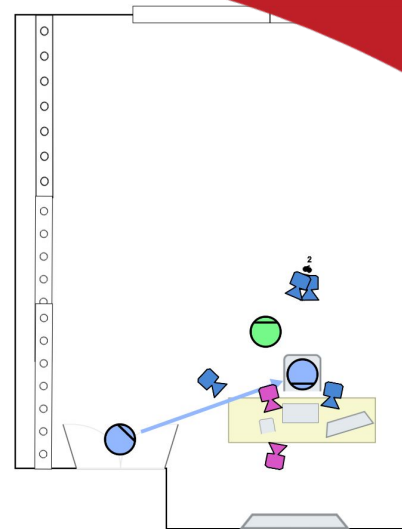
- Deux idées de bases pour le synopsis
- Deux idées fusionnées
- Des idées de mise en scènes dans le storyboard
- Dormerie du crous qui nous a permis de faire les plans d'implantations



SUPPORTS CRÉÉS

EXPLAINER VIDEO

2	4C		Le décalage est complètement terminé et le présentateur apparaît maintenant clairement dans le cadre.	2s
2	5A		Plan sur vidéoprojecteur au premier plan avec Hugo, flou en arrière-plan. Pendant ce temps-là, le présentateur continue son discours.	1s
2	5B		Le focus vient se faire sur Hugo, concentré sur ce qu'il fait... (apporte un crayon à sa bouche ou bien sa main à son menton pour le faire figurer pensif et en pleine phase de travail face caméra) Pendant ce temps-là, le présentateur continue son discours.	



SUPPORTS CRÉÉS

EXPLAINER VIDEO

<https://youtu.be/7mpA9WbZlyg>

